

## Korzystanie z internetu w 2022 roku

Znak jakości przyznany CBOS przez  
Organizację Firm Badania Opinii i Rynku na rok 2022



Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej  
ul. Świętojerska 5/7, 00-236 Warszawa  
e-mail: sekretariat@cbos.pl; info@cbos.pl  
<http://www.cbos.pl>  
(48 22) 629 35 69

## SPIS TREŚCI

Zasięg i sposób korzystania z internetu.....	1
Aktywności online.....	6



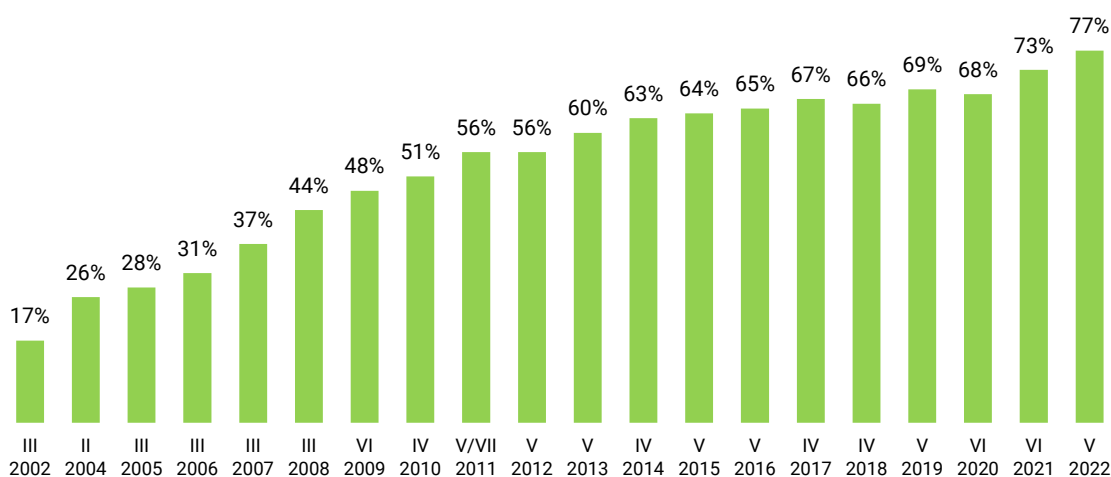
## ZASIĘG I SPOSÓB KORZYSTANIA Z INTERNETU

W Polsce przybywa użytkowników internetu. Obecnie regularną (co najmniej raz tygodniu) obecność online deklaruje ponad trzy czwarte dorosłych (77%)<sup>1</sup>, czyli o 4 punkty procentowe więcej niż przed rokiem. W ciągu ostatnich dwóch lat, na które przypada epidemia koronawirusa, odsetek internatów wzrósł o 9 punktów.

CBOS

RYS. 1. Czy korzysta Pan(i) z internetu (stron internetowych, poczty e-mail, komunikatora internetowego itp.) przynajmniej raz w tygodniu?\*

ODPOWIEDZI TWIERDZĄCE



\* W latach 2002–2008 pytanie brzmiało: „Czy używa Pan(i) internetu (sieci WWW lub poczty elektronicznej, e-mail)?”

<sup>1</sup> Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (385) przeprowadzono w ramach procedury mixed-mode na reprezentatywnej imiennej próbie pełnoletnich mieszkańców Polski, wylosowanej z rejestru PESEL.

Każdy respondent wybierał samodzielnie jedną z metod:

- wywiad bezpośredni z udziałem ankietera (metoda CAPI),
- wywiad telefoniczny po skontaktowaniu się z ankieterem CBOS (CATI) – dane kontaktowe respondent otrzymywał w liście zapowiednim od CBOS,
- samodzielne wypełnienie ankiety internetowej, do której dostęp był możliwy na podstawie loginu i hasła przekazanego respondentowi w liście zapowiednim od CBOS.

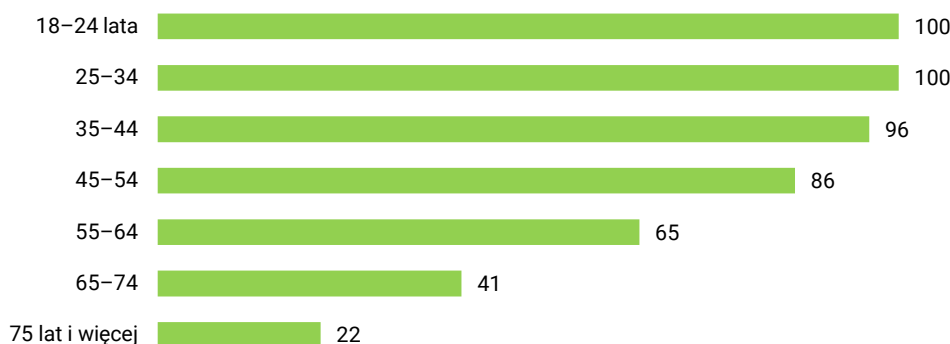
We wszystkich trzech przypadkach ankieta miała taki sam zestaw pytań oraz strukturę. Badanie zrealizowano w dniach od 2 do 12 maja 2022 roku na próbie liczącej 1087 osób (w tym: 58,9% metodą CAPI, 28,7% – CATI i 12,4% – CAWI).

CBOS realizuje badania statutowe w ramach opisanej wyżej procedury od maja 2020 roku, w każdym przypadku podając proporcję wywiadów bezpośrednich, telefonicznych i internetowych.

Obecność online zależy przede wszystkim od wieku, a wśród starszych respondentów również od poziomu wykształcenia. Korzystanie z internetu jest powszechne wśród osób poniżej 35 roku życia, a także niemal powszechne wśród badanych mających od 35 do 44 lat. Do grona internautów zalicza się ogromna większość ankietowanych mających od 45 do 54 lat i dwie trzecie w wieku 55-64 lata. Wśród osób starszych użytkownicy internetu stanowią mniejszość: dwie piąte wśród mających od 65 do 74 lat i około jednej piątej wśród najstarszych. W porównaniu do poprzedniego pomiaru sprzed roku największy wzrost odsetka będących online nastąpił w grupach: 45-54 lata (o 10 punktów procentowych) i 75+ (o 9 punktów).

CBOS

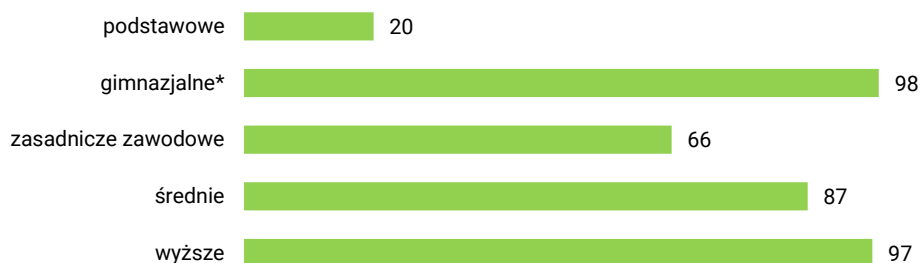
RYS. 2. Odsetki korzystających z internetu wśród osób w wieku:



Pomijając osoby z wykształceniem gimnazjalnym (które, z racji wieku, niemal wszystkie są online), najwięcej użytkowników internetu jest wśród badanych mających wyższe wykształcenie, a najmniej – wśród ankietowanych z wykształceniem podstawowym, co jednak w przypadku tej drugiej grupy w znacznym stopniu związane jest ze starszym wiekiem.

CBOS

RYS. 3. Odsetki korzystających z internetu wśród osób mających wykształcenie:

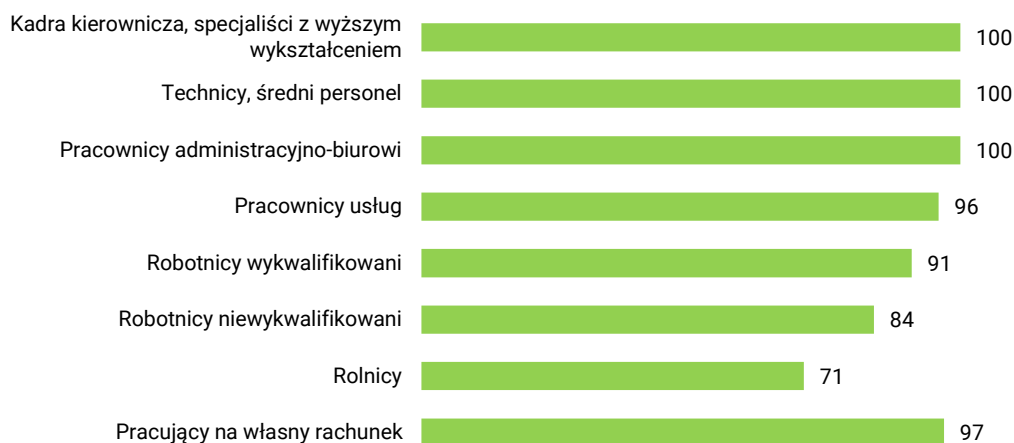


\*Uwaga, bardzo mała liczebność w próbie

Korzystaniu z internetu sprzyja aktywność zawodowa (korzysta z niego 94% pracujących i 55% niepracujących), co również jest w pewnym stopniu pośrednio zdeterminowane przez wiek. Wśród pracujących relatywnie najmniej użytkowników internetu jest w grupie rolników, natomiast wśród kadry kierowniczej i specjalistów, techników i średniego personelu, pracowników administracyjno-biurowych, pracowników usług oraz prywatnych przedsiębiorców korzystają z niego wszyscy lub prawie wszyscy.

CBOS

RYS. 4. Odsetki korzystających z internetu w grupach zawodowych



Sytuacja materialna ma mniejsze i raczej niebezpośrednie znaczenie (zaznacza się w niej wpływ wieku i wykształcenia), może jednak, w jakiejś mierze, ograniczać dostępność internetu, np. ze względu na brak środków na zakup urządzenia czy opłatę abonamentową.

CBOS

RYS. 5. Odsetki korzystających z internetu wśród oceniających swoją sytuację materialną jako:



Relatywnie najmniej użytkowników internetu jest na wsi. Wyższe niż przeciętnie ich odsetki rejestrujemy w dużych – stutysięcznych i większych – miastach.

CBOS

RYS. 6. Odsetki korzystających z internetu według wielkości miejsca zamieszkania

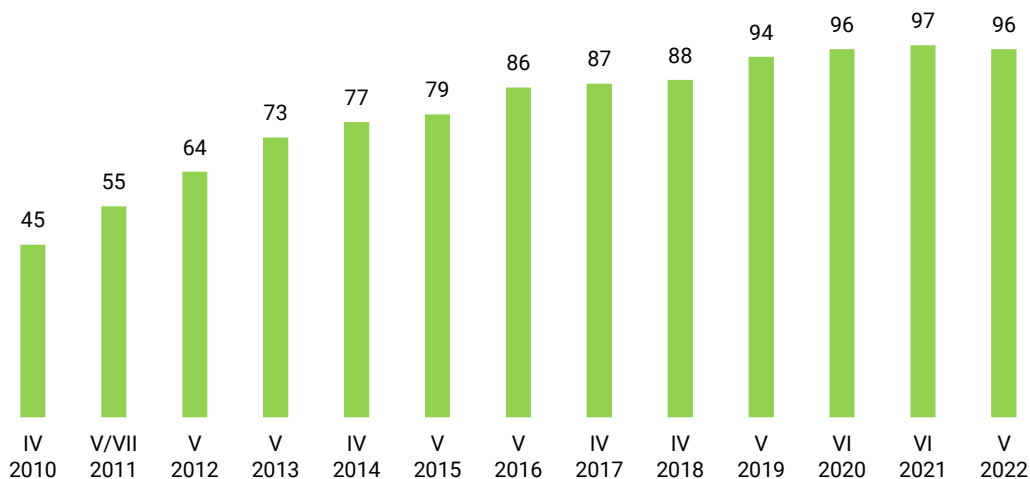


Obecnie niemal wszyscy użytkownicy internetu (96%, tj. 74% ogółu dorosłych) korzystają z sieci bezprzewodowo, poprzez takie urządzenia, jak smartfon, tablet czy laptop. Najbardziej dynamiczny wzrost liczby użytkowników mobilnych notowaliśmy w trzech pierwszych latach poprzedniej dekady.

CBOS

RYS. 7. Czy łączy się Pan(i) z internetem bezprzewodowo, np. używając urządzeń przenośnych, takich jak telefon komórkowy, laptop, netbook, tablet?

ODSETKI ODPOWIEDZI TWIERDZĄCYCH UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU





Bezprzewodowe korzystanie z internetu nieco rzadziej niż przeciętnie deklarują internauci mający 65 lat lub więcej.

CBOS

**RYS. 8.** Odsetki osób korzystających z internetu, które łączą się z siecią bezprzewodowo, używając urządzeń przenośnych, takich jak telefon komórkowy, laptop, netbook, tablet

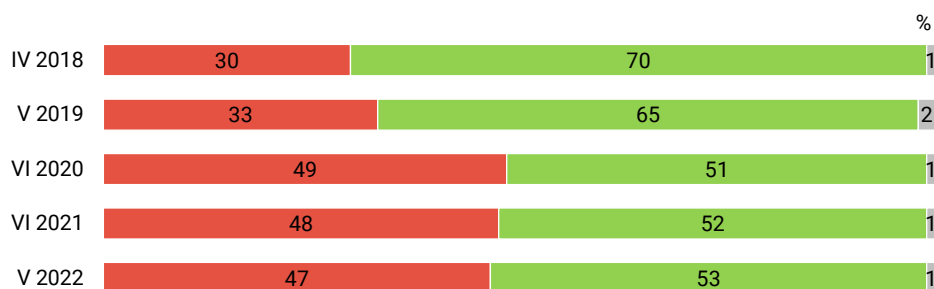


Więcej niż co drugi badany korzystający z internetu (53%) uruchamia aplikacje internetowe tylko wtedy, gdy chce coś zrobić, np. coś sprawdzić lub skontaktować się z kimś, a nieco mniej niż połowa (47%) deklaruje stałą obecność online, polegającą na tym, że na bieżąco otrzymują informacje i mogą na nie reagować. Wzrost popularności tego drugiego stylu korzystania z sieci zarejestrowaliśmy dwa lata temu i od tamtego czasu sytuacja w zasadzie się nie zmienia.

CBOS

**RYS. 9.** Który z opisów najlepiej pasuje do Pana(i) sposobu korzystania z internetu w celach niezwiązanych z pracą zawodową?

ODPOWIEDZI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU



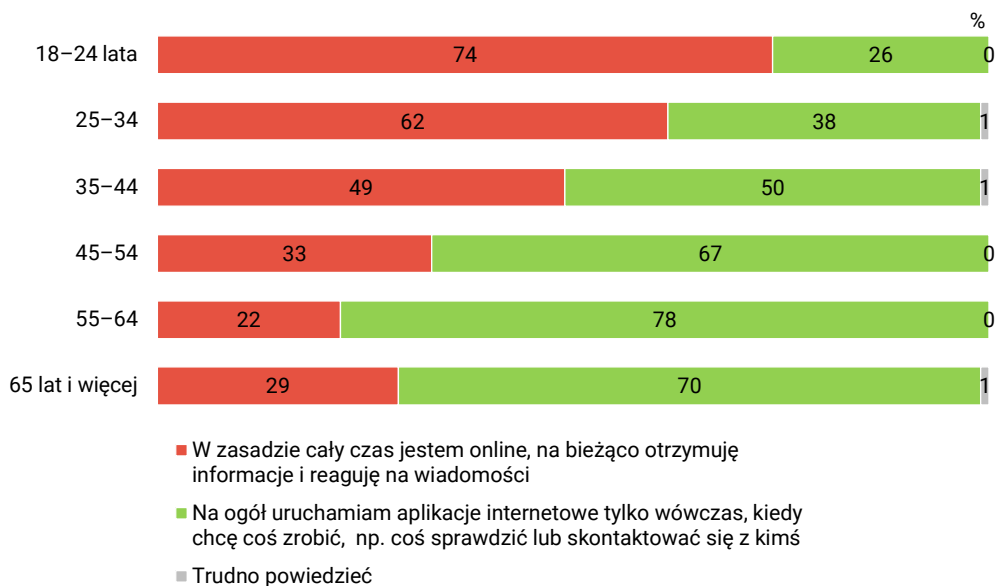
- W zasadzie cały czas jestem online, na bieżąco otrzymuję informacje i reaguję na wiadomości
- Na ogół uruchamiam aplikacje internetowe tylko wówczas, kiedy chcę coś zrobić, np. coś sprawdzić lub skontaktować się z kimś
- Trudno powiedzieć

Styl korzystania z internetu zależy głównie od wieku. Badani poniżej 35 roku życia, zwłaszcza mający od 18 do 24 lat, przeważnie deklarują stałą obecność online, natomiast wśród osób mających co najmniej 45 lat wyraźnie częstsze jest „wchodzenie” do internetu w konkretnym celu.

CBOS

RYS. 10. Który z opisów najlepiej panuje do Pana(i) sposobu korzystania z internetu w celach niezwiązanych z pracą zawodową?

ODPOWIEDZI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU

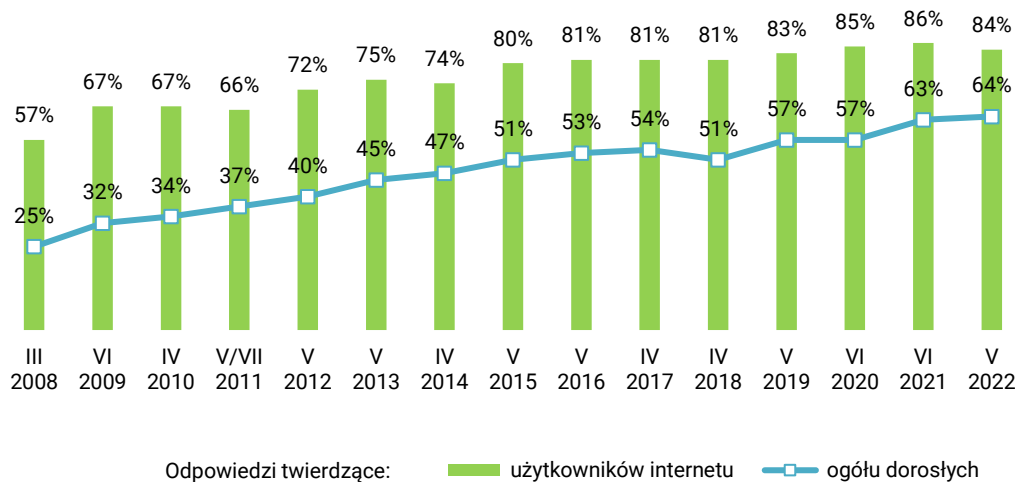


## AKTYWNOŚCI ONLINE

Niemal dwie trzecie Polaków (64%, tj. 84% użytkowników internetu) – podobnie jak przed rokiem – deklaruje, że kupiło coś przez internet. Od poprzedniego pomiaru wzrosła nieco popularność sprzedawania rzeczy online. Przynajmniej raz sprzedała coś w ten sposób ponad jedna trzecia ogółu dorosłych (36%, czyli 46% internautów).

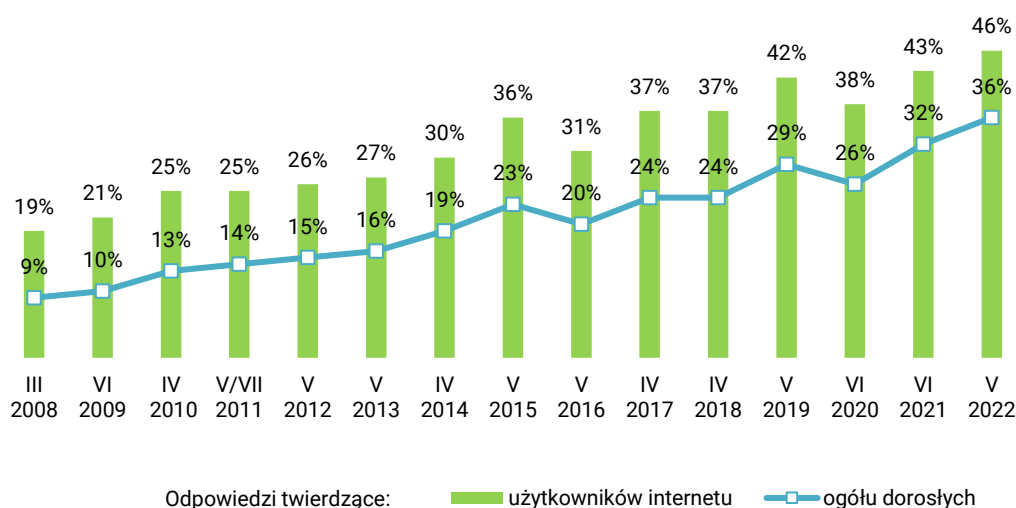
CBOS

RYS. 11. Czy kiedykolwiek kupił(a) Pan(i) coś przez internet?



CBOS

RYS. 12. Czy kiedykolwiek sprzedał(a) Pan(i) coś przez internet?

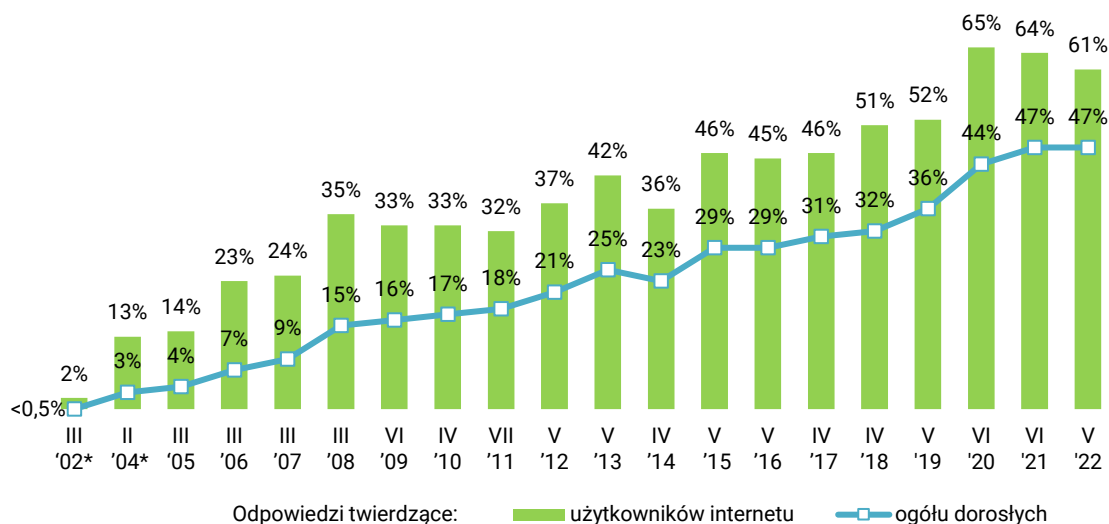


W miesiącu poprzedzającym badanie zakupy w internecie zrobiła, tak jak rok wcześniej, niemal połowa Polaków (47%, tj. 61% internautów). Wprawdzie popularność kupowania przez internet stopniowo rosła na przestrzeni ostatnich dwudziestu lat, jednak wyraźny, skokowy wzrost w tym

względnie dokonał się w roku 2020, najpewniej za sprawą epidemii koronawirusa. Najwięcej kupujących przez internet jest wśród użytkowników poniżej 45 roku życia, mających 18–24 lata (75%), 25–34 lata (74%) i w wieku od 35 do 44 lat (71%), wśród osób mających wyższe wykształcenie (76%) i uzyskujących wysokie dochody w przeliczeniu na osobę w gospodarstwie domowym (od 3000 zł do 3999 zł – 71% i 4000 zł lub więcej – 77%), natomiast najmniej – wśród starszych internautów (mających od 55 do 64 lat – 41% oraz 65 lat lub więcej – 30%), deklarujących wykształcenie podstawowe (29%) lub zasadnicze zawodowe (39%) i uzyskujących niskie (ale nie najniższe) dochody *per capita* (od 1500 zł do 1999 zł – 51%).

CBOS

RYS. 13. Respondenci, którzy w ciągu miesiąca kupili coś przez internet



\* W latach 2002 i 2004 pytaliśmy o ostatnie trzy miesiące

W miesiącu poprzedzającym badanie najchętniej kupowana za pośrednictwem sieci była odzież i obuwie, a w dalszej kolejności kosmetyki, sprzęt elektroniczny oraz książki. W stosunku do ubiegłych lat zauważalnie wzrosła popularność opłacania dostępu do usług lub treści, co deklaruje obecnie jedna dziesiąta użytkowników internetu. Również mniej więcej co dziesiąty ankietowany deklaruje zakup w ciągu ostatniego miesiąca zabawek lub innych artykułów dziecięcych oraz artykułów motoryzacyjnych. Do rzadziej kupowanych zaliczają się: bilety na autobus, pociąg lub samolot, sprzęt sportowy, leki, żywność, również multimedia (programy, gry komputerowe, muzyka, filmy) i bilety na wydarzenia kulturalne i sportowe. Niektórzy badani wymieniali spontanicznie jeszcze inne typy produktów, nieujęte na liście, m.in. elementy wyposażenia mieszkania lub wystroju wnętrz, materiały budowlane, narzędzia, rośliny, artykuły ogrodnicze i sprzęt ogrodowy, artykuły dla zwierząt oraz środki czyszczące i higieniczne. W ostatnich trzech latach (czyli odkąd trwa epidemia koronawirusa) więcej osób niż wcześniej kupowało w sieci odzież i obuwie, a także kosmetyki i artykuły spożywcze.

TABELA 1

Co kupił(a) Pan(i) przez internet w ciągu ostatniego miesiąca? Czy kupił(a) Pan(i):	Odpowiedzi twierdzące użytkowników internetu				
	2018	2019	2020	2021	2022
	w procentach				
– odzież, obuwie	23	25	34	36	31
– kosmetyki	10	10	15	15	15
– sprzęt elektroniczny	10	10	16	14	12
– książki, e-booki, audiobooki	9	11	12	13	10
– dostęp do usług lub treści	3	3	5	5	10
– zabawki, artykuły dziecięce	10	10	12	9	9
– artykuły motoryzacyjne	7	6	8	9	9
– bilety na samolot, pociąg lub autobus	4	7	3	6	7
– sprzęt sportowy	6	4	7	8	6
– leki	3	5	6	8	6
– artykuły spożywcze	2	3	7	6	6
– programy, gry komputerowe	2	3	4	4	3
– muzykę, filmy	2	2	3	4	3
– bilety na wydarzenia kulturalne, sportowe, itp.	-	-	-	-	3
– coś innego	8	9	14	12	11

Przez ostatnie dwa lata utrzymuje się bardzo duża popularność bankowości internetowej. Z usług bankowych online korzysta obecnie ośmiu na dziesięciu użytkowników internetu (79%), czyli trzy piąte ogółu dorosłych (61%). Zauważalnie częściej niż przeciętnie są to badani w wieku od 25 do 44 lat (87%), najlepiej wykształceni (93%), z gospodarstw domowych o wysokich dochodach *per capita* (od 3000 zł do 3999 zł – 92%, 4000 zł lub więcej – 94%). Ogólnie rzecz biorąc, relatywnie mniej korzystających z tego typu usług jest wśród osób najślabiej wykształconych (32%) oraz mających 65 lat i starszych (58%).

Umocniła się popularność usług i treści dostępnych w sieci odpłatnie, takich jak prenumeraty prasy, dostęp do multimediiów, członkostwo w serwisach lub grach. W miesiącu poprzedzającym badanie z usług tego typu korzystała ponad jedna czwarta użytkowników internetu (27%, tj. 21% ogółu badanych). Wyróżniają się pod tym względem ludzie młodzi, mający od 18 do 24 (51%) i od 25 do 34 (38%) lat, najlepiej wykształceni (39%), uzyskujący dochody w przeliczeniu na osobę wynoszące od 3000 zł do 3999 zł (38%) lub wyższe (45%).

Pobieranie z sieci darmowych programów, muzyki i filmów deklaruje, zbliżony odsetek internautów, jak przed rokiem, tj. ponad jedna czwarta (27%, czyli 21% ogółu badanych). Od 2015 roku, prawdopodobnie na skutek popularyzacji mediów strumieniowych, skala zjawiska pobierania darmowych multimediiów jest wśród użytkowników internetu zauważalnie mniejsza, niż była wcześniej. Ściąganie plików nadal jest wyraźnie częstsze niż przeciętnie wśród młodszych użytkowników, w wieku od 18 do 24 lat (46%) i od 25 do 34 lat (36%).

W tym roku po raz pierwszy zapytaliśmy o załatwianie online spraw urzędowych. Z deklaracji respondentów wynika, że w ciągu miesiąca poprzedzającego badanie internet do tego celu wykorzystywało ponad dwie piąte użytkowników (44%), tj. jedna trzecia ogółu Polaków (33%). Wyróżniają się w tym względzie mieszkańcy największych miast (63%), ankietowani mający wyższe wykształcenie (65%) i młodszy badani – w wieku od 25 do 34 lat (56%).

TABELA 2

Czy w ciągu ostatniego miesiąca:	Odsetki odpowiedzi twierdzących według terminów badań																	
	III '05	III '06	III '07	III '08	VI '09	IV '10	VII '11	V '12	V '13	IV '14	V '15	V '16	IV '17	V '18	V '19	VI '20	VI '21	V '22
<b>– korzystał(a) Pan(i) z usług bankowych przez internet</b>																		
Użytkownicy internetu	21	33	31	38	41	46	54	60	59	63	69	66	66	66	73	79	80	79
Ogół dorosłych	6	10	11	17	20	23	30	34	36	39	44	43	44	42	50	53	58	61
<b>– ściągał(a) Pan(i) darmowe programy, muzykę, filmy</b>																		
Użytkownicy internetu	40	45	43	40	45	42	38	33	34	37	30	28	25	23	25	26	25	27
Ogół dorosłych	11	14	16	18	21	22	21	19	20	23	19	18	17	15	17	17	18	21
<b>– korzystał(a) Pan(i) z treści dostępnych w sieci internetowej za opłatą, takich jak gazety, zdjęcia, materiały wideo, płatne członkostwo w serwisach, grach</b>																		
Użytkownicy internetu	7	9	6	12	15	15	8	9	12	10	12	8	9	13	15	20	25	27
Ogół dorosłych	2	3	2	5	7	8	5	5	7	6	8	5	6	8	11	13	19	21
<b>– załatwiał(a) Pan(i) przez internet sprawy urzędowe</b>																		
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33

Internetową prasę czytała w ciągu miesiąca poprzedzającego pomiar połowa użytkowników internetu (49%), czyli prawie dwie piąte ogółu dorosłych Polaków (37%). Częściej niż inni sięgają do niej – podobnie, jak do prasy papierowej – osoby mające wyższe wykształcenie (63%). Jeszcze większa jest skala czytelnictwa internetowych portali informacyjnych, które deklaruje 82% użytkowników internetu (czyli 63% ogółu badanych). Podobnie jak w przypadku gazet, wyróżniają się tu respondenci najlepiej wykształceni (90%). Popularność blogów utrzymuje się na stabilnym poziomie. Obecnie czyta je niespełna co trzeci korzystający z internetu (30%), czyli około jednej czwartej dorosłych (23%). Pod tym względem wyróżniają się przede wszystkim badani mający od 18 do 24 lat (40%) i od 25 do 34 lat (43%) oraz najlepiej wykształceni (38%). Ponadto blogi chętniej odwiedzają internautki niż internauci (33% wobec 28%).

Prawie trzy piąte internautów (57%, tj. 44% ogółu dorosłych) ogląda online telewizję, filmy, seriale lub inne materiały wideo. Internetowa widownia zauważalnie wzrosła najpierw w 2009 roku, a po raz drugi – w roku 2013. W ostatnich czterech latach pozostaje względnie stabilna, choć warto podkreślić, że odsetek Polaków oglądających filmy i inne materiały wideo w internecie jest minimalnie wyższy

niż przed rokiem i – ogólnie rzecz biorąc – rekordowo wysoki. Widzowie internetowi to wyraźnie częściej niż inni młodszy użytkownicy, mający od 18 do 24 lat (84%) i od 25 do 34 (73%), a także częściej mieszkańcy największych miast (68%) i badani mający wyższe wykształcenie (66%). Częściej wideo online oglądają mężczyźni niż kobiety (60% wobec 54%).

Słuchający online radia stanowią ponad jedną czwartą użytkowników internetu (28%), czyli około jednej piątej ogółu dorosłych Polaków (21%). Ich liczba w zasadzie nie zmienia się w ostatnich latach. Słuchaniem radia przez internet wyróżniają się najlepiej wykształceni internauci (38%). Częściej są to także mężczyźni niż kobiety (33% wobec 23%).

Oglądanie online – w miesiącu poprzedzającym badanie – transmisji realizowanych i nadawanych na żywo przez innych internautów deklaruje ponad jedna trzecia korzystających z sieci (36%, tj. 27% ogółu respondentów). Wzrost liczba odbiorców tego typu transmisji zarejestrowaliśmy w 2020 roku, w pierwszej fazie epidemii koronawirusa w Polsce. Od tego czasu popularność tzw. streamów utrzymuje się na stabilnym poziomie. Ich widzowie to najczęściej młodszy internauci – w wieku 18–24 lata (61%) oraz 25–34 lata (46%). Wideoblogi w miesiącu poprzedzającym badanie oglądał – podobnie jak rok temu – co czwarty internauta (26%, czyli 20% ogółu respondentów). Również w tym przypadku bardzo wyróżniają się młodszy użytkownicy (mający 18–24 lata – 50% i 25–34 lata – 36%).

Po raz kolejny zmniejszyła się skala uczestnictwa w mszach św. i nabożeństwach transmitowanych online. W ciągu miesiąca poprzedzającego majowe badanie oglądało je 14% internautów, co stanowi jedną dziesiątą ogółu badanych (10%). Wyróżniają się pod tym względem ankietowani w większym stopniu zaangażowani religijnie, którzy uczestniczą w praktykach religijnych co najmniej raz w tygodniu (32%), jak również najstarszy internauci, mający 65 lat lub więcej (20%). Dla porównania: respondenci mający mniej niż 45 lat uczestniczyli w nich około dwukrotnie rzadziej. Odbiorcami mszy św. online w większym stopniu są kobiety niż mężczyźni (17% wobec 10%), a także częściej mieszkańcy wsi niż miast (17% wobec 11%), szczególnie największych aglomeracji (6%).

TABELA 3

Czy w ciągu ostatniego miesiąca:	Odsetki odpowiedzi twierdzących według terminów badań																
	III '06	III '07	III '08	VI '09	IV '10	VII '11	V '12	V '13	IV '14	V '15	V '16	IV '17	IV '18	V '19	VI '20	VI '21	V '22
<b>– czytał(a) Pan(i) internetowe wersje gazet, czasopism*</b>																	
Użytkownicy internetu	52	45	58	57	68	54	60	56	59	56	51	48	52	-	51	49	49
Ogół dorosłych	16	17	26	28	35	30	34	34	37	35	33	32	33	-	34	36	37
<b>– czytał(a) Pan(i) internetowe portale informacyjne</b>																	
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	83	82
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	61	63
<b>– słuchał(a) Pan(i) przez internet radia</b>																	
Użytkownicy internetu	25	32	37	41	40	33	31	34	34	31	30	29	25	28	29	28	28
Ogół dorosłych	8	12	16	20	20	18	18	21	21	20	19	19	16	19	20	21	21
<b>– oglądał(a) Pan(i) przez internet telewizję, filmy, seriale, nagrania wideo**</b>																	
Użytkownicy internetu	14	13	17	38	40	40	37	45	47	50	46	51	52	56	56	56	57
Ogół dorosłych	4	5	8	18	21	22	21	27	30	32	30	34	33	38	38	41	44
<b>– czytał(a) Pan(i) blogi</b>																	
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	39	28	29	30	30	34	33	31	30	29	33	30	30
Ogół dorosłych	-	-	-	-	20	15	17	18	19	21	22	21	19	20	22	22	23
<b>– oglądał(a) Pan(i) vlogi (wideoblogi)</b>																	
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	-	28	26
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14	-	20	20
<b>– oglądał(a) Pan(i) w internecie transmisje realizowane i nadawane na żywo przez innych użytkowników</b>																	
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25	26	37	38	36
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16	18	25	28	27
<b>– oglądał(a) Pan(i) przez internet transmisję mszy św. lub innego nabożeństwa</b>																	
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25	18	14
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	17	13	10

\* W latach 2006 i 2007 użyliśmy sformułowania „internetowe wersje gazet codziennych”

\*\* W latach 2006–2008 użyliśmy sformułowania „oglądał(a) Pan(i) przez internet telewizję”

Zrobione przez siebie zdjęcia lub filmy zamieszczała online w ciągu miesiąca przed badaniem niemal jedna trzecia korzystających z internetu (31%), co stanowi jedną czwartą ogółu dorosłych Polaków (24%). Publikowanie takich materiałów częściej deklarują kobiety niż mężczyźni (35% wobec 27%). Sprzyja temu wyraźnie również młodszy wiek – wyróżniają się pod tym względem zwłaszcza dorośli mający mniej niż 25 lat (51%).



RYS. 14. Czy w ciągu ostatniego miesiąca zamieszczał(a) Pan(i) w internecie zrobione przez siebie zdjęcia, filmy?

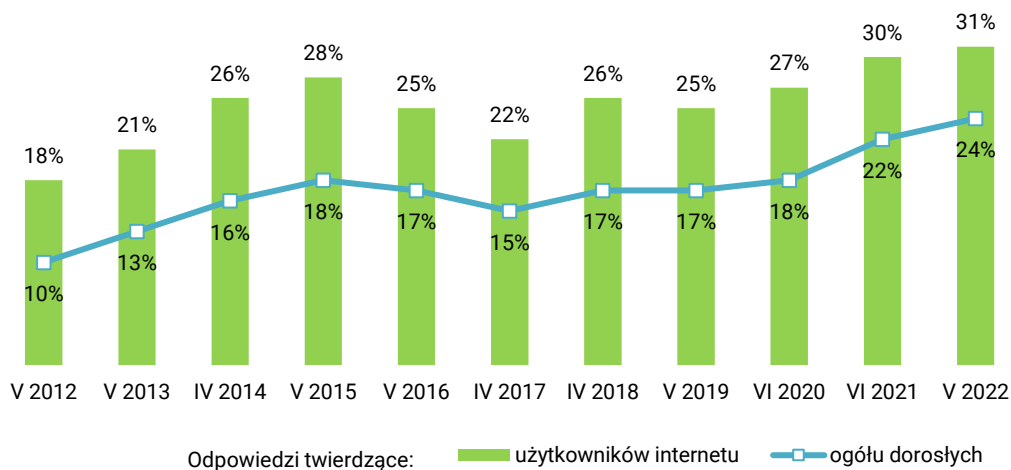
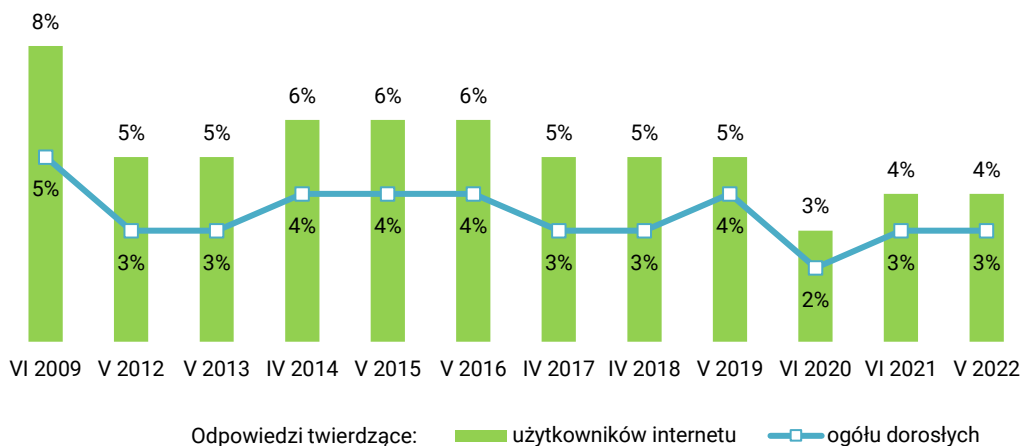


TABELA 4

Wiek	Użytkownicy internetu, którzy w ciągu ostatniego miesiąca:								
	czytali internetowe wersje gazet lub czasopism	czytali portale informacyjne	Czytali blogi	słuchali przez internet radio	oglądali przez internet telewizję, filmy, seriale, nagrania wideo	zamieszczali w internecie zrobione przez siebie zdjęcia, filmy	oglądali vlogi (wideo-blogi)	oglądali w internecie transmisje realizowane i nadawane na żywo przez innych użytkowników	oglądali przez internet transmisję mszy św. lub innego nabożeństwa
	w procentach								
18–24 lata	43	84	40	24	84	51	50	61	10
25–34	54	90	43	36	73	43	36	46	12
35–44	51	86	27	33	54	31	25	34	9
45–54	45	78	29	30	52	25	22	34	17
55–64	46	74	15	17	37	12	9	17	18
65 lat i więcej	46	69	22	14	28	14	13	14	20

Bloga, w tym także wideobloga, lub własną stronę prowadzi czterech na stu internautów (4%, czyli trzech na stu spośród ogółu badanych). Relatywnie więcej prowadzących klasyczne blogi lub wideoblogi jest wśród internatek niż internautów (6% wobec 2%).

RYS. 15. Czy prowadzi Pan(i) bloga, vloga (wideobloga)\* lub własną stronę internetową?



\* Od 2021 roku pytanie obejmuje również „vloga (wideobloga)”

W miesiącu poprzedzającym badanie ze znajomymi przez komunikator rozmawiało ośmiu na dziesięciu internautów (80%), czyli sześciu na dziesięciu spośród ogółu dorosłych (61%). Z komunikatorów niemal powszechnie korzystają najmłodszy badani (93%). Częściej są to kobiety niż mężczyźni (83% wobec 76%). Rozmowy telefoniczne przez internet prowadzi ponad dwie piąte użytkowników (43%), czyli jedna trzecia ogółu dorosłych Polaków (33%). Wyróżniają się pod tym względem osoby mające wyższe wykształcenie (54%). Udział w rozmowach wideo przez internet, w których uczestniczyło kilka lub wiele osób, brał w miesiącu poprzedzającym badanie co czwarty internauta (24%, tj. 19% ogółu badanych) – mniej niż rok i dwa lata temu. Spadek ten jest związany ze zmniejszeniem się skali pracy i edukacji zdalnej. W wideokonferencjach częściej niż przeciętnie brali udział użytkownicy internetu pracujący zarobkowo niż nieaktywni pod tym względem (29% wobec 14%), szczególnie często przedstawiciele takich grup zawodowych, jak kadra kierownicza i specjaliści (58%) oraz pracownicy administracyjno-biurowi (36%), a także, ogólnie, badani mający wyższe wykształcenie (41%). Wyróżniają się pod tym względem również uczniowie i studenci (37%).

Blisko dwie piąte użytkowników internetu (38%, czyli 30% ogółu ankietowanych – więcej niż przed rokiem) pisało w miesiącu poprzedzającym badanie na forach dyskusyjnych lub w serwisach społecznościowych. Najbardziej wyróżniają się pod tym względem najmłodszy badani (53%), a także – choć w mniejszym stopniu – użytkownicy z największych miast (47%). Częściej są to internauci o poglądach lewicowych niż prawicowych (46% wobec 33%; w przypadku identyfikujących się z politycznym centrum odsetek ten wynosi 42%). Ponadto wpisów częściej dokonywały kobiety niż mężczyźni (42% wobec 35%).

Na tle innych aktywności niewielką popularnością cieszy się granie online w gry z innymi użytkownikami. W miesiącu poprzedzającym badanie grał w nie niespełna co szósty internauta (16%, tj. 12% dorosłych Polaków). W gry online znacznie częściej angażują się mężczyźni niż kobiety (24% wobec 8%).

TABELA 5

Czy w ciągu ostatniego miesiąca:	Odsetki odpowiedzi twierdzących według terminów badań																	
	III '05	III '06	III '07	III '08	VI '09	IV '10	VII '11	V '12	V '13	IV '14	V '15	V '16	IV '17	IV '18	V '19	VI '20	VI '21	V '22
<b>– rozmawiał(a) Pan(i) ze znajomymi przez komunikator, np. Messenger (Facebook), WhatsApp, Skype, Hangouts (Google), GG (Gadu-Gadu)</b>																		
Użytkownicy internetu	57	63	65	68	68	66	51	47	55	56	53	56	40	68	74	79	81	80
Ogół dorosłych	16	19	24	30	33	34	28	26	33	35	34	37	26	43	51	53	59	61
<b>– prowadził(a) Pan(i) przez internet rozmowy telefoniczne (np. przez Skype)</b>																		
Użytkownicy internetu	-	27	25	38	41	39	35	36	33	39	35	29	27	31	34	47	44	43
Ogół dorosłych	-	8	9	17	20	20	19	20	20	25	22	19	18	20	24	32	32	33
<b>– dokonywał(a) Pan(i) wpisów na forach, grupach dyskusyjnych, stronach serwisów społecznościowych</b>																		
Użytkownicy internetu	20	25	28	31	37	34	24	25	32	33	34	31	33	32	32	32	36	38
Ogół dorosłych	5	8	10	14	18	18	13	14	19	21	21	20	22	20	22	22	26	30
<b>– grał(a) Pan(i) w coś w sieci z innymi ludźmi</b>																		
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	28	21	17	14	20	20	16	12	12	14	16	15	16	16
Ogół dorosłych	-	-	-	-	14	11	9	8	12	13	10	8	8	9	11	10	12	12
<b>– uczestniczył(a) Pan(i) w internetowej rozmowie wideo (wideokonferencji), w której udział brało kilka lub wiele osób?</b>																		
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	31	27	24
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21	20	19

\* W 2007 roku pytanie w ogóle nie zawierało przykładowych nazw komunikatorów. W pozostałych badaniach przykłady komunikatorów mogły się różnić

Ogólnie rzecz biorąc wszystkie opisane wyżej rodzaje aktywności w sieci, które opierają się na interakcji i komunikacji z innymi, są bardziej popularne wśród młodszych użytkowników, zwłaszcza tych najmłodszych. Największe różnice wynikające z wieku dotyczą grania online, natomiast zauważalnie mniejsze – rozmawiania przez internet.

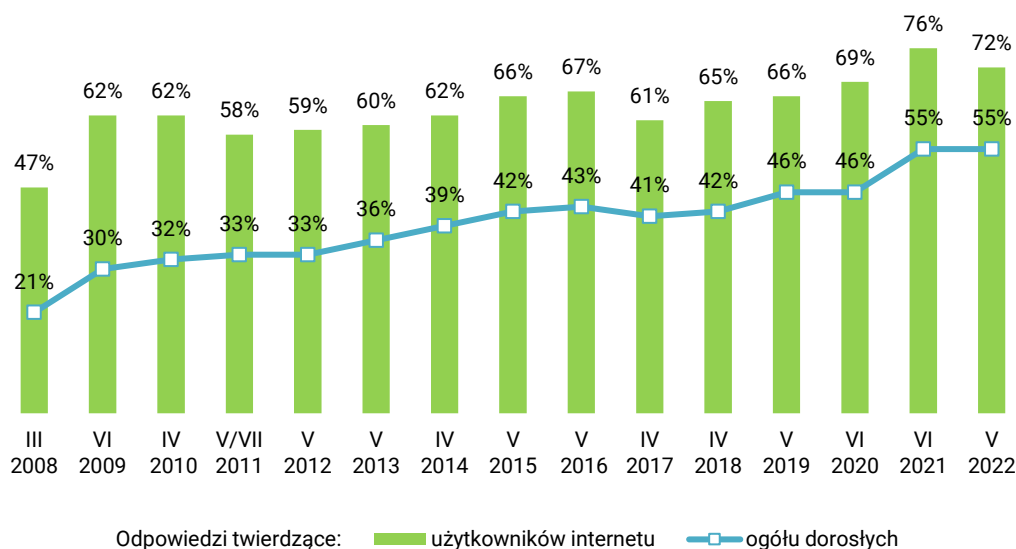
TABELA 6

Wiek	Użytkownicy internetu, którzy w ciągu ostatniego miesiąca:				
	rozmawiali przez komunikator internetowy	przewodili rozmowy telefoniczne przez internet	dokonywali wpisów na forach, w serwisach społecznościowych	uczestniczyli w internetowej rozmowie wideo (wideokonferencji), w której udział brało kilka lub wiele osób	grali w sieci
	w procentach				
18–24 lata	93	58	53	38	41
25–34	87	49	46	31	21
35–44	86	42	46	24	14
45–54	72	38	34	22	8
55–64	71	39	20	14	6
65 lat i więcej	58	33	18	11	4

Ponad połowa Polaków (55%, tj. 72% użytkowników internetu) deklaruje, że ma konto w jakimś serwisie społecznościowym. Ogromna większość z nich (89%) przeglądała zasoby portali społecznościowych w ciągu miesiąca poprzedzającego badanie.

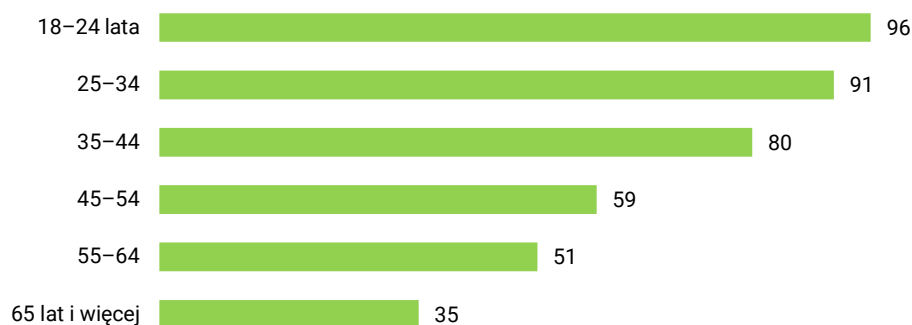
CBOS

RYS. 16. Czy ma Pan(i) konto w jakimś serwisie społecznościowym, jak np. Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, GoldenLine, LinkedIn lub podobnym?



Znacznie częściej niż przeciętnie w serwisach społecznościowych obecni są młodszy użytkownicy internetu, szczególnie mający mniej niż 35 lat, natomiast rzadziej niż przeciętnie korzystają z nich internauci po 44 roku życia, szczególnie ci najstarsi, mający 65 lat lub więcej.

RYS. 17. Odsetki użytkowników internetu zarejestrowanych w serwisach społecznościowych wśród osób w wieku



\*\*\*

Przez ostatnie dwa lata zauważalnie zwiększyła się skala obecności Polaków online. Regularne korzystanie z internetu deklaruje obecnie ponad trzy czwarte badanych. Offline nadal pozostaje przeważająca część osób w wieku od 65 do 74 lat i ogromna większość jeszcze starszych. Wydaje się, że duży wpływ na korzystanie przez Polaków z internetu miała epidemia koronawirusa, która prawdopodobnie skłoniła część osób do zawieszenia bezpośrednich kontaktów społecznych i załatwiania spraw na odległość. Obecnie obserwujemy rekordową popularność dystrybucji dóbr i usług przez internet. W większej mierze niż wcześniej kupowany jest dostęp do usług i treści, a także najwięcej osób, odkąd to badamy, korzysta online z jakichś odpłatnych serwisów internetowych. Przez kolejny rok utrzymuje się bardzo duża popularność bankowości internetowej. Relatywnie wielu Polaków załatwia przez internet sprawy urzędowe. Więcej osób niż kiedykolwiek wcześniej ogląda online filmy, seriale, telewizję czy inne materiały wideo. Stabilna pozostaje liczba odbiorców tzw. streamów transmitowanych przez innych użytkowników i odsetek słuchających w sieci stacji radiowych. W tym roku rekordowo dużo badanych deklaruje, że udostępnili w sieci zrobione przez siebie zdjęcia czy wideo. Umocniła się również popularność komunikowania się przez internet – rozmów przez aplikacje, a także pisanie na forach i w serwisach społecznościowych, w których – tak jak przed rokiem – obecna jest ponad połowa dorosłych Polaków. Zmniejsza się natomiast stopniowo skala aktywności, których największą popularność zarejestrowaliśmy w pierwszym roku trwania epidemii – udziału w mszach św. online i wideokonferencjach.

Opracował

Michał Feliksiak